ESTIMATES

National Film Board

Performance Report

For the period ending
March 31, 2000

Canada

Improved Reporting to Parliament
Pilot Document

The Estimates of the Government of Canada are structured in several parts. Beginning with an overview of total government spending in Part I, the documents become increasingly more specific. Part II outlines spending according to departments, agencies and programs and contains the proposed wording of the conditions governing spending which Parliament will be asked to approve.

The *Report on Plans and Priorities* provides additional detail on each department and its programs primarily in terms of more strategically oriented planning and results information with a focus on outcomes.

The *Departmental Performance Report* provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the spring *Report on Plans and Priorities*.

©Minister of Public Works and Government Services Canada — 2000

Available in Canada through your local bookseller or by mail from

Canadian Government Publishing — PWGSC

Ottawa, Canada K1A 0S9

Catalogue No. BT31-4/51-2000
ISBN 0-660-61391-3

Foreword

On April 24, 1997, the House of Commons passed a motion dividing on a pilot basis the *Part III of the Estimates* document for each department or agency into two separate documents: a *Report on Plans and Priorities* tabled in the spring and a *Departmental Performance Report* tabled in the fall.

This initiative is intended to fulfil the government's commitments to improve the expenditure management information provided to Parliament. This involves sharpening the focus on results, increasing the transparency of information and modernizing its preparation.

The Fall Performance Package is comprised of 83 Departmental Performance Reports and the President's annual report, *Managing for Results 2000.*

This ***Departmental Performance Report,*** covering the period ending March 31, 2000 provides a focus on results-based accountability by reporting on accomplishments achieved against the performance expectations and results commitments as set out in the department's *Report on Plans and Priorities* for 1999-00 tabled in Parliament in the spring of 1999.

Results-based management emphasizes specifying expected program results, developing meaningful indicators to demonstrate performance, perfecting the capacity to generate information and reporting on achievements in a balanced manner. Accounting and managing for results involve sustained work across government.

The government continues to refine its management systems and performance framework. The refinement comes from acquired experience as users make their information needs more precisely known. The performance reports and their use will continue to be monitored to make sure that they respond to Parliament's ongoing and evolving needs.

This report is accessible electronically from the Treasury Board Secretariat Internet site: http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dpre.asp

Comments or questions can be directed to the TBS Internet site or to:

Planning, Performance and Reporting Sector
Treasury Board Secretariat
L'Esplanade Laurier
Ottawa, Ontario, Canada
K1A OR5
Tel: (613) 957-7167
Fax (613) 957-7044

101-03816/

National Film Board of Canada

Performance Report

For the year ended
March 31, 2000

Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage

Table of Contents

PART I: MESSAGE

A. Minister's Message 1

B. Government Film Commissioner's Message 3

PART II: NATIONAL FILM BOARD PERFORMANCE 4

A. Societal Context 4

B. Key Results Commitments 7

C. Performance Accomplishments 8

PART III: CONSOLIDATED REPORTING 22

PART IV: FINANCIAL PERFORMANCE 24

A. Financial Performance Overview 24

B. Financial Summary Tables 25

PART V: OVERVIEW OF THE NATIONAL FILM BOARD 30

A. Mandate and Mission 30

B. Organization 31

C. Organization Chart 32

PART VI: OTHER INFORMATION 34

A. Contact List 34

B. Legislation Administered and Associated Regulations 34

Minister
of Canadian Heritage

Ministre
du Patrimoine canadien

Ottawa, Canada K1A 0M5

This Performance Report flows from the commitments made by the National Film Board of Canada (NFB) in its 1999-2000 *Report on Plans and Priorities*. The results also reflect the NFB's contribution to the shared priorities of the Canadian Heritage Portfolio.

The excellence of the NFB's production was highlighted once again by the numerous awards and honours received this year, including a *Palme d'or* at Cannes and two Oscar nominations. The NFB's CineRoute pilot project, the first Internet-based cinema-on-demand service in Canada, was successfully launched in Canadian universities. The implementation of programs for minority filmmakers resulted in many films that will sensitize viewers to new Canadian realities.

The Canadian Heritage Portfolio contributes to a common national purpose. We help to advance Canadian culture in an era of globalization. We provide Canadians with opportunities to learn and understand more about our country and each other. We protect Canada's natural and cultural heritage for the benefit of current and future generations.

It is up to all of us, individually and collectively, to nurture the diversity that is such a hallmark of Canadian identity.

The contribution of the Canadian Heritage Portfolio reflects the diversity of our Canadian values and heritage.

Sheila Copps

Canada

The Canadian Heritage Portfolio

Department of Canadian Heritage
Canada Council for the Arts
Canada Science and Technology Museum
Canadian Broadcasting Corporation
Canadian Film Development Corporation (Telefilm Canada)
Canadian Museum of Civilization
Canadian Museum of Nature
Canadian Race Relations Foundations
Canadian Radio-television and Telecommunications Commission
National Archives of Canada
National Arts Centre
National Battlefields Commission
National Capital Commission
National Film Board of Canada
National Gallery of Canada
National Library of Canada
Parks Canada Agency
Status of Women of Canada

B. *Government Film Commissioner's Message*

The National Film Board of Canada was created in 1939 with the goal of putting the power of the moving image at the service of Canadians. This service has taken many forms over the years; newsreels before the days of television, sponsored films for government departments; innovative film installations for world's fairs; technical advances in film equipment, processes and media; and above all, giving Canadians of all ages and origins, but especially children in school, a sense of their country, their place in it and its place in the world.

Because the output of the NFB consists of 100 or so unique productions each year, and because so many of the important evaluation factors – quality and relevance, for example – are subjective, it is a considerable challenge to develop measurement tools which give a complete view of the work accomplished in any given year. Over the past three years, we have searched for ways to make this report more accurate and meaningful, while ensuring comparability over time. The results appear in the following pages.

An element which has taken on added importance this year, and which will assume even larger proportions in future years, is information on ways in which users of our services deal with us on-line.

In keeping with the priority the Government of Canada has attached to connecting Canadians and offering them the opportunity to access government services on-line, the NFB has for several years been moving toward a fully Web-enabled service capacity. Access to our catalogue began on-line in 1995. In 1997 our first production created directly for the Web made its debut on our site. Last year we launched CineRoute, our pilot project, in partnership with Canarie, offering on-demand delivery of complete films via the Internet. We also initiated e-commerce.

We now have several years of statistics on visits to our site. We are currently developing the statistical reports for e-commerce, which will include sales of films, stock shots and other services. We are also examining and learning from usage patterns of the CineRoute service, so that we can understand how to offer this service on a for-payment basis in future. The capacity of the Internet not only to offer our services to Canadians in new and convenient ways, but also to obtain feedback directly from them on their satisfaction – or otherwise – with the services we offer, promises to permit us in future to evaluate what we do in ways which were virtually impossible in the past. We look forward to that day.

Sandra Macdonald
Government Film Commissioner
and Chairperson of the National Film Board of Canada

Part II

Part II: National Film Board Performance

A. Societal Context

Objective

To produce audiovisual works that reflect Canadian realities and perspectives while innovating in various aspects of filmmaking, and to distribute and provide access to these audiovisual works.

Strategic Priorities

Ensure the programming of documentary and animation films that achieve recognition for their excellence, relevance and innovation

- Give priority to film production in the allocation of resources
- Make the NFB more open to creators throughout Canada
- Improve the productivity of the production and post-production process while respecting the imperatives of creativity
- Maintain a decentralized structure
- Reflect diversity on screen and behind the scenes

Promote and provide access to NFB productions

- Take advantage of the proliferation of television channels
- Establish partnerships with public agencies and private organizations
- Facilitate access to the entire NFB collection

Promote the development of filmmaking

- Explore new production media
- Experiment with the new interactive, digital production and distribution tools

Keep the operational and administrative infrastructure to an absolute minimum

- Recover the costs of internal technical services by charging the Programs for the real cost of services used
- Make use of computerization and new information systems
- Re-engineer administrative processes
- Ensure stringent control over administrative costs

We are also beginning a new multiyear planning cycle, the cornerstone of which is the NFB's new Internet strategy, that will help it make the transition to a fully interactive electronic organization.

Main Partners

To carry out its film production and distribution plan, the NFB sometimes collaborates with private-sector production and distribution companies and works in association with private or public broadcasters to co-produce, broadcast or distribute its films.

The NFB also sometimes works with federal departments to produce or distribute films. It maintains close ties with Telefilm Canada to harmonize policies for the greater benefit of their industry partners.

Through the NFB's partnership with CANARIE, the promoter of a Canada-wide high bandwidth fibre optic network called CA*net 3, and RISQ (Réseau interordinateurs scientifique québécois), Canadian universities and a few research centres can now view over 800 films from the NFB collection on-line in real time.

Last, the NFB has formed a partnership with a network of public libraries across Canada to lend and rent its films.

Societal Factors

The Industry

Documentaries and animation are both experiencing a boom in viewer interest, fuelled largely by the proliferation of specialty services. Another group of specialty services will be licensed in the Canadian market within the current year. It is expected that at least one documentary channel will be licensed, perhaps the channel in which the NFB is a 15% partner with the CBC and Corus Entertainment. In the event that the application succeeds, new responsibilities will have to be met. New services will fragment even further an already fragmented market, creating additional outlets for NFB material but likely very little revenue. Video streaming via the Internet is likely to be a component in virtually all broadcast uses, to some degree. This will require adjustments both to agreements with rights-holders and to internal policies about Internet rights pursuant to broadcast sales.

New services will also fragment the Canadian production financing system further, creating deepening frustrations with the existing funding bodies, which may well increase pressures on the NFB to partner on projects which didn't succeed with Telefilm and the CTF.

The NFB On-line

The development of the World Wide Web offers the NFB an opportunity to interact directly with users, not only in Canada but also around the world, in a way that has never been possible before. The international reputation that we have earned over 60 years in the production of point-of-view documentary and artist-driven animation constitutes a valuable potential "brand" on the Web for the NFB. Our development of CineRoute provides us with a vehicle for streaming video or for allowing clients to download it, as soon as the technology becomes available to do so at an acceptable level of quality.

Moreover, the Web is, in itself, both a production environment and a creative process. Web animation is already a reality and it is only a matter of time before experiments in "Web docs" or other production hybrids begin to appear.

The NFB is already highly networked internally and our work methods have evolved rapidly to take advantage of the time efficiencies and improved information flow made possible by computer networking. It is now time to extend this capability to the community of filmmakers and suppliers with which we interact daily, expanding the circle to create an on-line organization in which every activity is Web-enabled.

The implementation of this Internet strategy will lead to profound changes in the way we do business, but also in the way we manage our human, financial and technological resources.

B. Key results commitments

AT THE SERVICE OF CANADIANS
PRODUCTION OF AUDIOVISUAL WORKS
• Produce films reflecting diverse Canadian perspectives and realities
• Ensure the programming of relevant, top-quality films
MARKETING AND DISTRIBUTION OF NFB COLLECTION
• Develop and diversify canadian and international markets
• Facilitate public access to entire NFB film collection and information about it
ENVIRONMENT CONDUCIVE TO INNOVATION AND DEVELOPMENT OF THE CANADIAN FILM INDUSTRY
• Carry out innovative film production and distribution projects
• Ensure development of new film talents and skills

INTERNAL PERFORMANCE
• Give priority to production in the allocation of resources
• Continue to upgrade production, distribution and information systems
• Fulfil all undertakings with regard to the *Employment Equity Act*
• Improve service to the public

C. Performance Accomplishments

Financial Information

National Film Board	$
Planned Spending (net)	59,545,000
Total Authorities (net)	62,361,490
Actual Spending in 1999-2000 (net)	**59,768,518**

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- *the amount planned at the beginning of the fiscal year (Planned Spending);*
- *additional spending which Parliament decided to grant the departments in light of changing priorities and unexpected activities (Total Authorities);*
- *the amount actually spent (Actual Spending in 1999-2000).*

PRODUCTION OF AUDIOVISUAL WORKS

1. Production of Films Reflecting Diverse Canadian Perspectives and Realities

This is a long-term objective that obliges the NFB to keep evolving so as to be able to interpret changing realities and allow the expression of new voices and new social phenomena. An evaluative study of recent NFB English Program productions shows that the NFB's efforts to diversify production have borne fruit. The author concludes:

The predominant treatment choice is to explore a subject from the insider's perspective. Through personal stories, the subjective realities of Canada's diverse cultures, especially the aboriginal and non-dominant ones, are given voice. The result is that new, unfamiliar stories are told which have been virtually absent from mainstream, commercial media. In this way the productions offer an alternative mirror to Canadian society. These stories address the following aspects of life:

- *Citizenship: politics and political rights, opportunities, responsibilities*
- *Family/cultural community and belonging*
- *Physical, emotional health with a focus on healing*
- *Crime, safety and healing from victimization and injustice*
- *Creative expression through the visual arts, dance and music, story, poetry*
- *Recreation/sports*
- *Spirituality*
- *Sexuality*
- *The natural world and how humans relate to it*

The subjective treatment is extended beyond cultural beliefs and practices to contentious, current political, social events. For example: Just Watch Me, Neverendum Referendum, No Turning Back and Rape: A Crime of War.[1]

This last observation also applies to French Program films. For example, the distress of young street people left to their own devices in *L'Armée de l'ombre*; the exploitation of children around the world in *Des marelles et des petites filles/Of Hopscotch and Little Girls*; fatherhood in a time of family breakdown in *Père pour la vie;* dehumanization, barbarity and war in conflicts and social behaviour in *Le Temps des barbares*; young people and suicide in *L'Idée noire*; maintaining essential services in a hospital emergency room in *Urgence! Deuxième souffle/Emergency! A Critical Situation*, and genetically modified organisms in *Main basse sur les gènes/The Genetic Takeover, or Mutant Food.*

2. Ensure Programming of Relevant, Top-Quality Films

The NFB completed production of 120 new products over the last year. They can be broken down as follows:

Number of Products

76 documentaries
16 animated films
25 educational videos
1 dramatic short
1 CD-ROM
1 joint promotional film (60th anniversary)

New compilations and new sets of films have also been produced from the existing collection.

Audience Size — The relevance and quality of films can be measured by audience size, among other things. The indicator used to determine audience size is cumulative Canadian television audience.

Cumulative Canadian Television Audience

	1997–1998	1998–1999	1999–2000
French audience	37,000	74,000	55,000
English audience	83,000	119,000	82,000
Total	**120,000**	**193,000**	**137,000**

[1] Sandra Campbell et al. *Summary Report: A response to the question: From reading dust jackets of the NFB productions from 1996 to 1999, what do you deduce this organization is trying to accomplish?* (January 10, 2000).

The total audience was smaller this year than last, not due to fewer viewers per broadcast, but rather to the fact that there were fewer broadcasts. In 1998–99, we sold a number of films from our collection to new speciality channels, but in 1999–2000, we began to feel the effects of a degree of saturation of this market, as new channels only fragment the audiences.

Performance at Canadian and Foreign Festivals — Recognition of the excellence of NFB films by industry peers in Canada and abroad is an objective measure of the competitiveness — and thus the quality, relevance and innovativeness — of the NFB's productions. The following table shows the number of awards won by NFB productions in festivals during this fiscal year, compared with the results of previous years.

Awards Won by Productions

	1997–1998	1998–1999	1999–2000
Canada	28	36	38
International	116	65	93
Total	**144**	**101**	**131**

Year after year, the NFB continues to receive awards, honourable mentions and tributes both in Canada and on the international scene — eloquent testimony to the quality, relevance and innovation of its filmmaking.

The year began with a prestigious Palme d'or from the Cannes Film Festival and ended with two films being nominated for Oscars in Los Angeles. Animated films and documentaries alike garnered praise. Awards went to a variety of films entered in a wide range of festivals. A few examples follow:

- *When the Day Breaks* won numerous awards, including the Palme d'or at Cannes, an Oscar nomination, the Grand Prize and Critics' Prize at the International Animated Film Festival in Annecy, France, and the Genie (in Toronto) for best animated short.

- *Cinéma Vérité* tied for the Telefilm Canada award for best Canadian feature-length work at the Montreal International Festival of New Cinema and New Media.

- *My Grandmother Ironed the King's Shirts*, a co-production with Norway's Studio Magica, received an Oscar nomination, the award for the most innovative short film or video at the Reel to Real Festival in Vancouver, as well as awards and honourable mentions at festivals held in Grimstad, Norway, Reykjavik, Iceland, and Wurzburg, Germany.

- *L'Erreur boréale/Forest Alert*, a co-production with ACPAV, won the Jutra Award for best Quebec documentary and several awards in France (the Grand Prize in Grenoble, the Sustainable Rural Development Award in Lille and the Reportage/Magazine Award for environmental films in Grenoble (France).

A number of other titles carried off awards in specialized categories, such as science and technology (USA, Canada), educational media (USA), children's films (Canada, USA, Poland, France), art films (Canada), social issues (USA, Canada), CD-ROM (USA), religion (USA), indigenous people (Guatemala), mental health (USA), humanitarian films (USA), multicultural/race relations (Canada, USA), environment (France, USA).

The NFB's 60th anniversary was marked all over the world at a number of prestigious international festivals and by major institutions. In Hollywood, the Academy of Motion Picture Arts and Sciences held a gala in honour of and attended by a number of NFB animators and screened their works. The Museum of Modern Art (MoMA) in New York also paid tribute to the NFB by presenting a series of eight programs of documentary and animated films, while major NFB retrospectives were held in Europe, including those at prestigious festivals in Bratislava, Karlovy Vary and Paris (Le Printemps du Québec). In Asia, the NFB's 60th anniversary was celebrated by the Golden Horse Film Festival in Taiwan and by the Hong Kong Arts Centre with retrospectives of over 50 NFB productions.

DISTRIBUTION OF AUDIOVISUAL WORKS

One of the NFB's prime responsibilities is to ensure that it makes use of all distribution channels to reach Canadian and foreign audiences and facilitate access to its film collection, which is one of the most important components of Canada's audiovisual heritage. The following indicators are used to measure performance in this regard.

1. Market Development and Diversification

The revenue generated and the number of transactions processed reflect the NFB's marketing efforts, the success achieved, and the appeal of NFB productions in various markets.

Canadian Markets

Revenue from Canadian markets jumped 20%, thanks to significant growth in television sales and sales of stock shots. The following table shows the different markets in Canada.

Revenue by Market

	1997–1998	1998–1999	1999–2000
	$	$	$
Royalties			
Television	1,416,174	1,139,978	1,653,167
Theatrical	254,595	148,306	140,754
Sales of prints and Videocassettes	1,568,042	1,772,086	1,703,264
Rentals	20,894	18,778	18,855
Sales of stock shots	404,962	433,101	681,989
Total	**2,745,232**	**3,512,249**	**4,198,029**

The increase in television royalties can be explained chiefly by the sale of a number of English and French films to the new Aboriginal Peoples Television Network (APTN). The increase in stock shot sales was largely due to consolidation of sales staff and to Internet and Intranet access to the NFB IMAGES ONF database containing over 23,000 stock shots.

The NFB has also established partnerships with various public libraries in the different regions of Canada whereby the libraries are granted preferential rates for acquiring NFB films in return for providing a loan or rental service for these films for their patrons.

Film Loans by Partner Libraries

1997–1998	1998–1999	1999–2000
214,399	214,452	198,102

This market is fairly stable, as the slight drop in loans this year is only circumstantial and due mainly to a teachers' strike in Quebec and an increase in rental charges at the Winnipeg library.

Foreign Markets

Revenue from these markets went up 38% over last year's, chiefly thanks to an excellent performance in the television market, as the table below shows.

Foreign Revenue by Market

	1997–1998	1998–1999	1999–2000
	$	$	$
Television	1,312,494	1,001,610	2,019,621
Theatrical	243,017	404,225	59,868
Institutional and educational	1,079,655	777,703	880,483
Consumer	167,789	80,890	165,424
Total	**2,802,955**	**2,264,428**	**3,125,396**

In 1998-99, the economic crisis in Asia and general market instability seriously affected our financial performance in international markets, although the theatrical market remained strong thanks to major contracts for IMAX films. The situation now seems much better.

Television - This was an exceptionally good year for the NFB in the foreign television market. Revenues from this market were more than double last year's figures. One of the factors contributing to this year's excellent performance was the renewal of the agreement with Turner Broadcasting's Cartoon Network in the USA, first signed in 1997. The extension of the agreement for 13 half-hours of NFB animation is chiefly responsible for the more than $600,000 surplus over forecast revenues for 1999–2000.

The NFB's New York office also sold the justly acclaimed production *Through a Blue Lens* to HBO-Cinemax and to ABC's show *20/20*, the NFB's first sale to a major American network for prime time broadcast. The ABC broadcast attracted an average audience of 17 million Americans, while the HBO-Cinemax shows reached over a million homes.

In Europe, for the second year in a row, the cultural channel La Sept— ARTE acquired several feature-length documentaries, including *Les Enfants de Refus global* and *The Barrens Quest.*

It should be noted that the fragmentation of the TV market continued throughout the year, with the arrival of even more new digital specialty channels. In 2000–2001, we expect that the proliferation of digital technologies will enable the NFB to take advantage of new opportunities while continuing to maintain its traditional distribution channels.

Institutions - This year, the revenue generated by the institutional and educational markets rose 11.4% over last year. As a result of the NFB's first foray into the World Airline Entertainment Association (WAEA) market in 1999, the in-flight entertainment market grew rapidly over the fiscal year, thanks to agreements not just with Air Canada, but with many other airlines, including Air France, Northwest Airlines, Iberia and Finnair, all of which now screen NFB productions.

Consumers - In addition, revenue from the consumer market more than doubled this fiscal year, thanks to two new agreements and to new outlets for compilations of animated films for children in Korea and England. Also, the film *Spirit of Tibet/L'Esprit du Tibet* was very successful in the Buddhist community and with the general public in a number of countries around the world, especially France and the USA, where several thousand videocassettes have already been sold. The DVD market is booming and saw growth this year with the signing of new agreements in the USA, Japan and Europe.

2. Access to the NFB's Entire Audiovisual Holdings

Information requests - Changes to the NFB's Website, new links with other sites and other portals, as well as improvements to the interactive multimedia catalogue itself to make it more user-friendly and more powerful contributed to the continuous increase in the number of queries of the audiovisual database, as the table below illustrates:

Catalogue Queries

1997–1998	1998–1999	1999–2000
6,612,665	8,036,000	10,698,366

Utilization of the collection - Over the course of the year, we continued to transfer new titles to videodisc (852 titles), adding them to the CineRobotheque catalogue and making them available to customers. The combined effect of more productions available and improved accessibility of information about the films helped increase use of this rich Canadian audiovisual heritage.

Different Titles* Sold or Rented in Canada and Abroad in 1999–2000, by Decade of Production

1921–1930†	*2 titles*
1931–1940†	*9 titles*
1941–1950	*207 titles*
1951–1960	*346 titles*
1961–1970	*680 titles*
1971–1980	*968 titles*
1981–1990	*1,183 titles*
1991–2000	*1,497 titles*
Total	***4,892 titles***

* *English and French versions are counted as different titles.*

† *The NFB is the repository of certain collections of films produced by other government agencies before it was founded in 1939.*

The appeal and interest of the NFB's collection to audiences both in Canada and elsewhere should be noted here: a good 45% of the titles sold or rented were produced over 20 years ago. This confirms that the film conservation and accessibility policies we have been promoting over the years were well founded.

ENVIRONMENT CONDUCIVE TO INNOVATION AND DEVELOPMENT OF THE CANADIAN FILM INDUSTRY

Within the scope of its film production, distribution and conservation activities, the NFB tries to leave lots of room for innovation and to be receptive to new artists, thus enabling it bring fresh ideas to its filmmaking. We discuss below some examples of projects and programs that give an indication of the initiatives under way, progress made and results achieved, where applicable.

1. Experimental Projects

- **Interactive Productions**

  - *Norman's Brain* is an experimental Web production that will result in a productivity tool.

  - *Making History On Line* takes the concept of constructed history further by presenting pivotal moments in Canadian history as interactive explorations.

  - *The History of Canada Website* will become a site of encyclopedic knowledge consisting of written, visual and audio sources. The project is making good progress and will go on-line sometime this year.

  - *The Prince and I/Le Prince et moi,* an interactive Website for children, continues to draw a large number of visitors from Canada and abroad. The French weekly *Micro Hebdo* ranked it one of the best children's sites on the Web.

- **Experiments with New Animation Technology**

  In the animation stream, we are in production with *Falling in Love Again* on the SANDDE™ (Stereo Animation Drawing Device) stereoscopic workstation and are pursuing development of other projects for this innovative system developed in co-operation with Imax Corporation.

- **Development of a First Canadian Internet Films-on-Demand Service**

  The CineRoute project is the fruit of several years of work at the NFB and a partnership with CANARIE and RISQ (Réseau interordinateurs scientifique québécois). It is an evolving project that will ultimately enable a national films-on-demand service to be offered to Canadian institutions and homes connected to the Internet. The current phase gives Canadian universities as well as some colleges and research centres on the CANARIE broadband network access to a bank of 800 titles from the collection. The films are not downloaded, but streamed for instantaneous full-screen, full-motion viewing, with no loss of synchronization. The pilot project is currently being assessed.

2. Development of New Film Talents and Skills

The NFB helps young filmmakers in a number of ways, giving them the opportunity to gain some experience in the professional filmmaking milieu. Here are a few examples.

- The Libres courts program is enabling seven young filmmakers to make their first documentary shorts, to be broadcast in the fall of 2000.

- The Cinéaste Autochtone competition allowed a fourth Aboriginal filmmaker to produce a documentary, *Mon village au Nunavik/My Village in Nunavik,* which was awarded the Opera Prima award at the 6th Indigenous Peoples' Film and Video Festival, held in Quetzaltenango, Guatemala.

- The Reel Diversity program, a competitive program for filmmakers belonging to visible minorities, is allowing six filmmakers to produce half-hour films with budgets under $100,000. The program's success in Ontario means that it will be extended to other regional production centres.

- Filmmaker assistance programs through which the NFB pays the costs of some equipment and services, and offers professional advice to emerging filmmakers who request it, once again allowed the NFB to support 237 projects across Canada.

Projects Supported

	1997–1998	1998–1999	1999–2000
Aide au cinéma indépendant	66	76	68
Filmmaker Assistance Program	187	164	169
Total	**253**	**240**	**237**

Although the number of projects declined slightly, the resources allocated to the program remained at the same level for the last three years.

1. Maximizing Production Resources

One of the NFB's objectives has been to ensure that the greatest possible share of its film production budgets goes to actual filmmaking, as opposed to administration. It has therefore been making a special effort to keep the administrative costs of production as low as possible.

Production Resources

(millions of dollars)

	Actual 1997–1998		Actual 1998–1999		Actual 1999–2000	
Production (direct costs)	37.7	(62%)	38.7	(68%)	40.0	(67%)
Administration of production	2.0		1.6		1.6	
Net cost of the NFB program	60.7	(100%)	56.7	(100%)	59.3	(100%)

It can be seen that administrative costs of production have remained the same, although the direct costs have gone up by $1.3 million.

2. Upgrading of Production, Distribution and Information Systems

Production — The shift to electronic origination of image and sound continued. A total of 71% of films completed were shot on video, as opposed to 62% last year.

Distribution — The CineRoute 2 pilot project, which gives universities, colleges and research centres on-demand access to 800 NFB films over the Internet, was launched last December. A number of operations were required to ensure efficient service: connecting our server to the CA*net 3 network, testing the system with the CANARIE and RISQ team, digitizing titles in the special collection, finishing the interfaces, installing a streaming video server and developing site-access management software.

Information — As part of the project to integrate databases into the same information technology architecture, we developed a computer module to gather and integrate all the basic data on each new production.

3. Compliance with Employment Equity Act

An *Employment Equity Act* compliance audit conducted by the Canadian Human Rights Commission over the last year demonstrated that "the NFB had fulfilled all of its undertakings and now meets all of the requirements of the *Employment Equity Act*."

4. Improving Service to the Public

The NFB Website benefited from major upgrades in the last year. In co-operation with the English and French Programs, Customer Services, and Informatics, an e-commerce component was implemented.

To enhance the visibility of the on-line store and to deal with growing pains, the site underwent a major reorganization, involving a new look and new navigation method. The new look is very modern and makes use of design elements that are becoming Web standards. The new navigation method is highly flexible, both for updating and for end users.

CONTRIBUTION TO MEETING GOVERNMENT PRIORITIES

1. Canadian Sense of Belonging and Identity

For over 60 years, the mandate of the NFB has been to interpret Canada to Canadians by producing films on various aspects of their realities and distributing the films to the general public and specialized audiences.

This year the NFB produced 120 films, which it has strived to make available to Canadians, and has provided access to its entire collection of over 9,000 films, a unique audiovisual heritage.

2. Children and Youth

French Program and English Program have each set up a program targeting children and youth exclusively. Documentaries, animated films and interactive on-line or CD-ROM productions are made each year and distributed to these audiences by the most appropriate means of reaching them and attracting their interest.

The NFB also works with young people by setting up first works programs and introductions to filmmaking, and providing training and support for new filmmakers to enable them to express their own realities, learn a fascinating occupation and enter the job market.

3. Strengthen Relations with Aboriginal Peoples of Canada

For several years, the NFB has had a variety of measures in place in film production, distribution and training to enable Aboriginal artists and filmmakers to express themselves and interpret their realities. For example:

- Several films about Aboriginal people by Aboriginal filmmakers have been produced and are still available in our collection.
- A production program specifically designed for Aboriginal filmmakers is entering its second three-year cycle.
- A competition to recruit Aboriginal filmmakers to learn filmmaking, produce films and then enter the job market.
- Supplying many films for broadcast on the Aboriginal Peoples Television Network (APTN).
- Reaching a partnership agreement with APTN to co-produce low-budget films by beginning Aboriginal filmmakers.

Part III

Part III: Consolidated Reporting

Modernizing Comptrollership

Like all government departments and agencies, the NFB is gradually implementing modern comptrollership. The internal audit section now identifies our areas of activity in terms of their level of risk and issues management recommendations in this regard. We are also integrating all our databases to ensure we have the best possible management reports and analytical tools.

Transfer Payments

The NFB disburses just over $300,000 a year in transfer payments. Of this, $12,000 is in the form of grants to encourage award-winners at significant film events of national or international interest held in Canada, and the rest consists of contributions to support non-profit organizations working in the film sector and to help promote Canadian cinematography. These are always small amounts paid to a number of different recipients.

Special Travel Policies

Although, as a separate employer, the NFB may establish its own travel policy, in practice we follow Treasury Board's policy very closely; any differences would have an almost negligible effect. At the NFB, the same travel policy applies to all categories of staff, including Governor-in-Council appointees and executives.

Materiel Management

For the past several years, the NFB has kept records of its inventories of moveable goods and goods held for sale (audiovisual products). Physical counts and re-assessments are done on a regular basis to ensure that our financial statements always show the actual value of these goods.

Part IV

Part IV: Financial Performance

A. Financial Performance Overview

The NFB divides its financial resources among the above-mentioned objectives as follows:

Production of audiovisual works	66%
Distribution of audiovisual works	23%
Environment conducive to innovation and development of the Canadian film industry	11%

Tables 1 and 2 show the appropriations granted to the NFB for 1999-2000 compared with actual spending. The variance between total authorities and actual spending results from our prudence in committing funds due to anticipated problems and uncertainties in the area of technical services and the major renovation project at Montreal Headquarters. We had set aside a reserve, which turned out not to be necessary; we therefore need to carry funds forward to 2000-2001.

Table 3 shows changes in NFB spending over the past few years. The numbers indicate total spending funded from the Parliamentary appropriation and revenues generated from NFB operations. Variances are due to fluctuations in revenues and to additions to the Vote for the workload and adjustments in the collective agreements.

Table 4 shows respendable revenues. This past year provided the NFB with the opportunity to redress its revenue situation, which had been very difficult in 1998-1999 due to the economic crisis in Asia and general market instability.

A small portion of our resources is used for transfer payments in the form of grants and contributions. The breakdown is presented in Table 5.

Table 6 presents the breakdown of the utilization of the NFB Revolving Fund, which is used for funding the working capital for commercial activities and the net value of capital assets.

Financial Summary Tables

Financial Table 1 – Summary of Voted Appropriations

Financial Table 2 – Comparison of total planned to actual spending

Financial Table 3 – Historical Comparison of Total Planed to Actual Spending

Financial Table 4 – Respendable Revenues

Financial Table 5 – Transfer Payments

Financial Table 6 – Revolving Fund Financial Summaries

B. Financial Summary Tables

Financial Table 1 - Summary of Voted Appropriations

Financial Requirements by Authority (millions of dollars)				
		1999-2000		
Vote/Program		Planned Spending (net)	Total Authorities (net)	Actual Spending (net)
90	National Film Board Revolving Fund - Operating loss	59.2	62.0	59.4
(L)	National Film Board Revolving Fund	0.4	0.4	0.6
	Total Agency	**59.6**	**62.4**	**60.0**

Note: The summary financial information includes three figures showing:

- the amount planned at the beginning of the fiscal year (Planned Spending);
- additional spending which Parliament decided to grant the departments in light of changing priorities and unexpected activities (Total Authorities) – includes fund carried forward from the previous year and adjustments in the collective agreements
- the amount actually spent (Actual Spending 1999-2000).

The operating deficit shown under the NFB's revolving fund is totally offset by an annual parliamentary appropriation (vote 90 for fiscal 1999-2000), which is a fairly unique situation for spending authorities. Only the working capital related to the NFB's commercial operations and changes in the net book value of capital assets are funded by a statutory appropriation (see also Table 14).

Financial Table 2 – Comparison of total planned to actual spending

Comparison of total planned to actual spending (millions of dollars)			
	1999-2000		
NFB Operations	**Planned**	**Total Authorities**	**Actual**
FTEs	483	483	511
Operating*	68.2	71.6	68.2
Capital	–	–	–
Voted Grants and Contributions	0.3	0.3	0.3
Total Gross Expenditures	**68.5**	**71.3**	**68.5**
Less: Respendable Revenues	(8.9)	(8.9)	(8.5)
Total Net Expenditures	**59.6**	**62.4**	**60.0**
Other Revenues and Expenditures			
Non-respendable Revenues	–	–	–
Cost of Services Provided by other Departments**	–	–	–
Net Cost of the Program	**59.6**	**62.4**	**60.0**

* *Includes contributions to employee benefit plans and severance pay.*

** *Cost of services provided by other departments: $11,926.*

Financial Table 3 – Historical Comparison of Total Planned to Actual Spending

Historical Comparison of Total Planned to Actual Spending (millions of dollars)					
			1999-2000		
	1997-1998 Actual	1998-1999 Actual	Planned	Total Authorities	Actual
National Film Board operations	69.3	64.0	68.5	71.3	68.5
Total	**69.3**	**64.0**	**68.5**	**71.3**	**68.5**

This table shows changes in NFB spending over the past few years. The figures indicate total spending funded from the Parliamentary appropriation and from revenues generated by NFB operations. Variances are due to fluctuations in revenues and adjustments in the parliamentary appropriation to cover our increased workload and adjustments in the collective agreements.

For 1999-2000, the table shows the Planned Spending indicated in the Main Estimates at the beginning of the fiscal year. Total Authorities includes additional funding received to cover adjustments in the collective agreements and funds carried forward from the previous year. Actual Spending indicates the funds actually used.

It should be kept in mind that the NFB has only one business line.

Financial Table 4 – Respendable Revenues

Respendable Revenues (millions of dollars)					
			1999-2000		
Respendable Revenues	1997-1998 Actual	1998-1999 Actual	Planned Revenues	Total Authorities	Actual
National Film Board operations	8.6	7.3	8.9	8.9	8.5
Total respendable revenue	8.6	7.3	8.9	8.9	8.5

Financial Table 5 – Transfer Payments

Transfer Payments (millions of dollars)					
			1999-2000		
	1997-1998 Actual	1998-1999 Actual	Planned Spending	Total Authorities	Actual
GRANTS	0.008	0.006	0.012	0.012	0.007
CONTRIBUTIONS	0.282	0.323	0.307	0.318	0.323
Total transfer payments	**0.290**	**0.329**	**0.319**	**0.330**	**0.330**

Financial Table 6 – Revolving Fund Financial Summaries

Revolving Fund Financial Summaries					
National Film Board Revolving Fund (millions of dollars)					
			1999-2000		
	1997-1998 Actual	1998-1999 Actual	Planned	Total Authorities	Actual
Revenues (Parliamentary appropriation)	60.7	56.7	59.6	62.4	59.8
Net expenditures	(60.7)	(56.7)	(59.6)	(62.4)	(59.8)
Profit or (loss)	0	0	0	0	0
Add items not requiring use of funds: depreciation/amortization	(4.6)	(3.9)	(2.0)	(2.0)	(2.9)
Changes in working capital	(0.2)	0.0	0.4	0.4	0.6
Investing activities: acquisition of depreciable assets	1.3	1.4	2.0	2.0	1.9
Cash surplus (requirement)	(3.5)	(2.5)	0.4	0.4	(0.4)
Authority: cumulative surplus (drawdown)	13.7	11.2	16.7	16.7	10.8

Note: The National Film Board's Revolving Fund is authorized by the *Revolving Fund Act* for commercial operations related to the production and exploitation of the collection of NFB audiovisual products.

Part V

Part V: Overview of the National Film Board

A. Mandate

Pursuant to section 9 of the *National Film Act*, the NFB

> is established to initiate and promote the production and distribution of films in the national interest and, in particular,
>
> - To produce and distribute and to promote the production and distribution of films designed to interpret Canada to Canadians and to other nations;
> - To engage in research in film activity and to make available the results thereof to persons engaged in the production of films;
> - To advise the Governor in Council in connection with film activities; and
> - To discharge such other duties relating to film activity as the Governor in Council may direct the Board to undertake.[1]

Mission Statement

In a constantly evolving communications environment, in which Canada must assert its own identity and character, the NFB helps Canadian voices to be heard and Canadian perspectives to be expressed at home and abroad. In this context, the NFB has adopted the following mission statement as the operational interpretation of its mandate:

> The NFB produces and distributes audiovisual works which provoke discussion and debate on important subjects for Canadian and foreign audiences, achieve recognition for excellence, relevance and innovation, and explore the creative potential of audiovisual media.

---

[1] R.S.C. 1985, c. N-8, sect.9. The Act also empowers the NFB "*to represent the Government of Canada in its relations with persons engaged in commercial motion picture film activity in connection with motion picture films for the Government or any department thereof.*" However, this responsibility was transferred to the Minister of Supply and Services by Order in Council P.C. 1984-6/2565.

B. Organization

Description of National Film Board Program

The NFB is a cultural agency reporting to the Minister of Canadian Heritage. It is administered by a Board of Trustees appointed by the Governor General in Council and chaired by the Government Film Commissioner.

The NFB is an integrated producer-distributor which develops, writes, shoots, finishes, promotes, markets, sells and distributes film and multimedia products. Its main production and distribution centre is located in Montreal but it also has offices in Ottawa, Halifax, Moncton, Toronto, Winnipeg, Edmonton and Vancouver and maintains offices in Paris, London and New York for the international marketing of its products. To deliver its Program, it uses in-house staff and freelancers and also works with public- and private-sector production and distribution partners when necessary.

Although it is autonomous and traditionally has an arm's length relationship with the government, this public film institution contributes in various ways to Canadian cultural policy objectives by producing socially and culturally relevant films, providing Canadian audiovisual materials for the educational sector, directly supporting various Canadian government initiatives at home and abroad, conserving and promoting access to Canada's rich audiovisual heritage, supporting new filmmaking talent, promoting the development of regional and diversity cinema, forging strategic alliances with the private and public sectors, promoting Canadian culture abroad and encouraging research and experimentation in communication technologies.

Description of Service Areas

The NFB represents one Program, one business line, and one mandate: "to interpret Canada to Canadians and to other nations." It does this through the resources and activities of three service lines: production of audiovisual works, distribution of these works to Canadian and foreign audiences, and administration of the NFB's business.

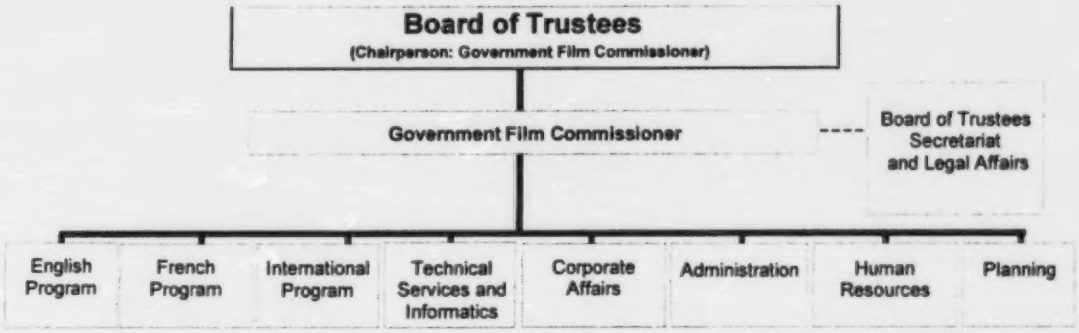
As a *public producer*, the NFB ensures that Canadian realities and imagination are interpreted through films that are of high quality from a cinematographic point of view, that permit innovation and artistic and technological advancement, and that address both major social issues and different aspects of daily life.

As a *public distributor*, the NFB ensures that the films it produces reach general-interest and niche audiences through distribution channels and networks best suited to its mission and that its heritage audiovisual collection is preserved and made accessible by means of advanced technologies.

As a *public agency*, the NFB ensures good governance of its activities and resources by providing conditions that encourage creativity, productivity and accountability in its staff.

C. Organization Chart

The following organization chart shows the organizational and hierarchical structure by which the NFB ensures the day-to-day management of its service lines to provide optimal performance in terms of efficiency and effectiveness.



Areas of Responsibility

The Program is directed by the Government Film Commissioner and is divided into nine major areas of responsibility:

English Program, which manages English-language production and marketing activities in Canada;

French Program, which manages French-language production and marketing activities in Canada;

International Program, which is responsible for international sales and marketing activities and manages the NFB's participation in Canadian and foreign festivals;

Technical Services and Informatics, which consists of technical services and informatics development and support;

Corporate Affairs, which includes Communications, Government Relations, Collection Management, Information Management, Stock Shot Library and various distribution support services;

Administration, which comprises Financial Administration, Accommodations, Material Management and Customer Services;

Human Resources, which includes Human Resources Management, Training and the Employment Equity Program;

Planning, which consists of Planning, Evaluation and Internal Audit;

Board of Trustees Secretariat and Legal Affairs, which also includes Access to Information.

Part VI

Part VI: Other Information

A. Contact List

– Maryse Charbonneau, Director, Administration
– Claude Parent, Director, Planning and Review

Anyone wishing to obtain further information from those responsible for the different service lines can find the necessary addresses and phone numbers on the NFB Website at www.nfb.ca.

B. Legislation Administered and Associated Regulations

- *National Film Act*, R.S.C. 1985, c. N-8 (as amended November 1, 1995)

BUDGET DES DÉPENSES

Office national du film

Rapport sur le rendement

Pour la période se terminant
le 31 mars 2000

Canada

Présentation améliorée des rapports au Parlement
Document pilote

Le Budget des dépenses du gouvernement du Canada est divisé en plusieurs parties. Commençant par un aperçu des dépenses totales du gouvernement dans la Partie I, les documents deviennent de plus en plus détaillés. Dans la Partie II, les dépenses sont décrites selon les ministères, les organismes et les programmes. Cette partie renferme aussi le libellé proposé des conditions qui s'appliquent aux pouvoirs de dépenser qu'on demande au Parlement d'accorder.

Le *Rapport sur les plans et les priorités* fournit des détails supplémentaires sur chacun des ministères ainsi que sur leurs programmes qui sont principalement axés sur une planification plus stratégique et les renseignements sur les résultats escomptés.

Le *Rapport sur le rendement* met l'accent sur la responsabilisation basée sur les résultats en indiquant les réalisations en fonction des prévisions de rendement et les engagements à l'endroit des résultats qui sont exposés dans le *Rapport sur les plans et les priorités.*

©Ministre des Travaux publics et Services gouvernementaux Canada — 2000

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la poste auprès des

Éditions du gouvernement du Canada – TPSGC

Ottawa, Canada K1A 0S9

N° de catalogue BT31-4/51-2000
ISBN 0-660-61391-3

Avant-propos

Le 24 avril 1997, la Chambre des communes a adopté une motion afin de répartir, dans le cadre d'un projet pilote, la *Partie III du Budget principal des dépenses* pour chaque ministère ou organisme en deux documents, soit le *Rapport sur les plans et les priorités* déposé au printemps et le *Rapport ministériel sur le rendement* déposé à l'automne.

Cette décision découle des engagements pris par le gouvernement d'améliorer l'information fournie au Parlement sur la gestion des dépenses. Cette démarche vise à mieux cibler les résultats, à rendre plus transparente l'information fournie et à moderniser la préparation de cette information.

Cette année, la série de rapports sur le rendement d'automne comprend 83 rapports ministériels sur le rendement ainsi que le rapport annuel du Président intitulé *Une gestion axée sur les résultats* – 2000.

Ce ***Rapport ministériel sur le rendement***, qui couvre la période se terminant le 31 mars 2000, porte sur une responsabilisation axée sur les résultats en signalant les réalisations par rapport aux attentes en matière de rendement et aux engagements en matière de résultats énoncés dans le *Rapport sur les plans et priorités* pour 1999-00 déposé au Parlement au printemps de 1999.

Il faut, dans le contexte d'une gestion axée sur les résultats, préciser les résultats de programme prévus, élaborer des indicateurs pertinents pour démontrer le rendement, perfectionner la capacité de générer de l'information et soumettre un rapport équilibré sur les réalisations. Gérer en fonction des résultats et en rendre compte nécessitent un travail soutenu dans toute l'administration fédérale.

Le gouvernement continue de perfectionner les systèmes de gestion ainsi que le cadre de gestion sur le rendement. Le perfectionnement découle de l'expérience acquise, les utilisateurs fournissant au fur et à mesure des précisions sur leurs besoins en information. Les rapports sur le rendement et leur utilisation continueront de faire l'objet d'un suivi pour s'assurer qu'ils répondent aux besoins actuels et en évolution du Parlement.

Ce rapport peut être consulté par voie électronique sur le site Internet du Secrétariat du Conseil du Trésor à l'adresse suivante : http://www.tbs-sct.gc.ca/rma/dpr/dprf.asp

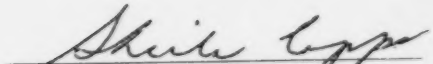
Les observations ou les questions peuvent être adressées au gestionnaire du site Internet du SCT ou à l'organisme suivant:

Secteur de la planification, du rendement et des rapports
Secrétariat du Conseil du Trésor
L'Esplanade Laurier
Ottawa (Ontario) Canada K1A OR5
Téléphone : (613) 957-7167
Télécopieur : (613) 957-7044

Office national du film

Rapport de rendement

Pour la période
se terminant le
31 mars 2000



Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien

Table des matières

PARTIE I : MESSAGE

A. Message de la Ministre du Patrimoine canadien 1

B. Message de la Commissaire du gouvernement à la cinématographie 3

PARTIE II : RENDEMENT DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM 4

A. Contexte socio-économique 4

B. Principaux engagements en matière de résultats 7

C. Réalisations en matière de rendement 8

PARTIE III : GROUPEMENT DE RAPPORTS 22

PARTIE IV : RENDEMENT FINANCIER 24

A. Aperçu du rendement financier 24

B. Tableaux financiers récapitulatifs 25

PARTIE V : APERÇU DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM 30

A. Mandat et mission 30

B. Cadre de fonctionnement 31

C. Organigramme 32

PARTIE VI : AUTRES RENSEIGNEMENTS 34

A.. Personnes ressources pour obtenir d'autres renseignements 34

B. Lois appliquées et règlements 34

Ministre
du Patrimoine canadien

Minister
of Canadian Heritage

Ottawa, Canada K1A 0M5

Ce Rapport de rendement découle des engagements pris par l'Office national du film du Canada dans son *Rapport sur les plans et les priorités* de 1999-2000. Les résultats témoignent aussi de la contribution de l'Office national du film du Canada aux priorités communes du Portefeuille du Patrimoine canadien.

De nouveau cette année, les nombreux prix et distinctions attribués à l'ONF, dont une Palme d'Or à Cannes et deux nominations aux Oscars, ont témoigné de l'excellence de son cinéma.

L'ONF a lancé avec succès le projet pilote CinéRoute : premier service Canadien de cinéma sur demande par Internet accessible aux Universités canadiennes.

La mise en place de programmes dédiés aux cinéastes de la diversité culturelle a permis la réalisation de nombreux films permettant de sensibiliser les auditoires à de nouvelles réalités canadiennes.

Au Portefeuille du Patrimoine canadien, nous poursuivons un objectif national commun. Nous aidons à mettre de l'avant la culture canadienne dans une ère de mondialisation. Nous offrons aux Canadiens et aux Canadiennes des possibilités de connaître et de comprendre davantage leur pays et leurs compatriotes. Nous protégeons aussi le patrimoine naturel et culturel du Canada au profit des générations actuelles et futures.

Il en tient à nous tous, individuellement et collectivement, d'entretenir la diversité si caractéristique de l'identité canadienne.

La contribution du Portefeuille du Patrimoine canadien reflète la diversité de nos valeurs canadiennes et de notre patrimoine.

Sheila Copps

Canada

Le Portefeuille du Patrimoine canadien

Ministère du Patrimoine canadien
Agence Parcs Canada
Archives nationales du Canada
Bibliothèque nationale du Canada
Centre national des Arts
Commission de la capitale nationale
Commission des champs de bataille nationaux
Condition féminine Canada
Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
Conseil des Arts du Canada
Fondation canadienne des relations raciales
Musée canadien de la nature
Musée canadien des civilisations
Musée des beaux-arts du Canada
Musée des sciences et de la technologie du Canada
Office national du film
Société de développement de l'industrie cinématographie canadienne (Téléfilm Canada)
Société Radio-Canada

B. Message de la Commissaire du gouvernement à la cinématographie

L'Office national du film a été créé en 1939 dans le but de mettre le pouvoir des images en mouvement au service de la population canadienne. Ce service a pris de nombreuses formes au fil des ans : actualités avant l'avènement de la télévision; films réalisés sous commandite ministérielle; installations cinématographiques innovatrices lors d'expositions internationales; percées technologiques dans le domaine de l'équipement, des méthodes et des supports cinématographiques; par-dessus tout, l'Office a donné aux Canadiens et Canadiennes de tous âges et origines, mais plus particulièrement aux écoliers, un sens d'appartenance, un sens de la place qu'ils occupent au pays et de l'importance de leur pays dans le monde.

Comme l'ONF produit une centaine d'œuvres hors pair chaque année et que les facteurs d'évaluation les plus importants sont souvent subjectifs – la qualité et la pertinence, par exemple –, la mise au point d'outils de mesure donnant un aperçu du travail accompli en un an constitue tout un défi. Ces trois dernières années, nous avons tenté de trouver un moyen de faire du présent rapport un outil à la fois plus précis et plus significatif qui permettrait les comparaisons au fil du temps. Les pages suivantes révéleront le fruit de ce travail.

L'information sur la manière dont les utilisateurs de nos services traitent avec nous en ligne constitue l'un des éléments qui acquièrent plus d'importance cette année et qui en auront sans cesse davantage au cours des années à venir.

Le gouvernement du Canada ayant accordé la priorité au branchement des Canadiens et Canadiennes pour faciliter l'accès à ses services en ligne, l'ONF fait constamment des progrès depuis plusieurs années afin d'offrir un site Web à services complets et pleinement opérationnels. Les clients peuvent accéder à notre catalogue en ligne depuis 1995. En 1997, notre première création conçue directement pour le Web a fait ses débuts sur notre site. L'année dernière, nous avons lancé le projet-pilote CinéRoute, en collaboration avec CANARIE, par lequel nous offrons un service de cinéma sur demande par liaison Internet. Nous avons également amorcé le commerce électronique.

Nous disposons maintenant de plusieurs années de statistiques sur les visites à notre site Web. Nous en sommes à mettre au point des rapports statistiques sur le commerce électronique, qui comprendront les ventes de films, de plans d'archives et d'autres services. Nous examinons également de près les types d'utilisations du service CinéRoute de manière à mieux comprendre comment offrir ce service contre rémunération dans le futur. Avec Internet, la capacité non seulement d'offrir nos services à la population canadienne selon des méthodes nouvelles et pratiques, mais également de savoir directement le degré de satisfaction de la clientèle, pourrait éventuellement nous permettre d'évaluer notre travail en fonction d'éléments littéralement inexistants auparavant. Nous nous réjouissons d'avance de savoir que ce jour est imminent.

Sandra Macdonald
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et présidente de l'Office national du film du Canada

Partie II

Partie II : Rendement de l'Office national du film

A. Contexte socio-économique

Objectif

Produire des œuvres audiovisuelles qui reflètent les réalités et les perspectives canadiennes tout en innovant dans divers aspects de la cinématographie, et distribuer et rendre accessible ces œuvres audiovisuelles.

Priorités stratégiques

Assurer une programmation de films documentaires et d'animation reconnus pour leur qualité, leur pertinence et leur caractère innovateur

- Accorder la primauté à la production cinématographique dans l'allocation des ressources
- Favoriser l'ouverture aux créateurs et créatrices de ce pays
- Accroître la productivité du processus de production et de postproduction dans le respect des impératifs de la créativité
- Maintenir une structure décentralisée
- Refléter la diversité à l'écran et en coulisses

Promouvoir et rendre accessible la production cinématographique de l'ONF

- Tirer profit de l'expansion des canaux de télévision
- Établir des partenariats avec les organismes publics et privés
- Faciliter l'accessibilité à l'ensemble de la collection de films de l'ONF

Favoriser l'essor de la cinématographie

- Explorer les nouveaux médias de production
- Expérimenter les nouveaux outils de production et de distribution numériques et interactifs

Maintenir l'infrastructure opérationnelle et administrative à son strict minimum

- Imputer aux programmes les coûts réels des services techniques internes et s'assurer de leur rentabilité
- Miser sur l'informatisation du travail et sur les nouveaux systèmes d'information
- Remanier les processus administratifs
- Assurer un contrôle serré des coûts administratifs

Par ailleurs nous amorçons un nouveau cycle de planification pluriannuelle dont la pierre angulaire est la stratégie Internet qui sera mise en œuvre par l'ONF et qui la fera transiter vers une entreprise entièrement électronique et interactive.

Partenaires principaux

Pour exécuter son programme de production et de distribution de films, l'ONF s'associe parfois aux maisons de production et de distribution du secteur privé de même qu'avec des télédiffuseurs publics et privés soit pour la coproduction de films soit pour la distribution et la diffusion de ses produits.

Il s'associe à l'occasion avec l'un ou l'autre des ministères du gouvernement fédéral pour la production et/ou la distribution de films. Il maintient des relations étroites avec Téléfilm Canada afin d'harmoniser les politiques de l'un et de l'autre pour le plus grand bénéfice de leurs partenaires de l'industrie.

Grâce à un partenariat entre l'ONF, CANARIE, promoteur du réseau optique pancanadien à très large bande CA*net 3, et le Réseau interordinateurs scientifique québécois (RISQ) Inc., le milieu universitaire canadien et quelques centres de recherche peuvent désormais visionner en ligne, en direct et en temps réel, une sélection de plus de 800 films extraits de la collection de l'ONF.

Enfin, il a conclu un partenariat avec tout un réseau de bibliothèques publiques à travers le Canada pour le prêt et la location de ses films.

Facteurs socio-économiques

L'industrie

Les documentaires et les films d'animation marchent très bien auprès des téléspectateurs, dont l'intérêt est suscité surtout par la prolifération des services spécialisés. Cette année, un autre groupe de chaînes spécialisées sera autorisé à diffuser sur le marché canadien. On s'attend qu'une licence soit attribuée à une chaîne documentaire, peut-être celle dans laquelle l'ONF est partenaire à hauteur de 15 p. cent avec la CBC et Corus Entertainment. Si notre demande de licence est acceptée, nous aurons de nouvelles responsabilités à assumer. L'introduction de nouveaux services a pour effet de morceler un marché déjà très fragmenté, créant de nouveaux débouchés pour l'ONF mais sans doute peu de recettes. La lecture vidéo en transit (*video streaming)* par internet devrait vraisemblablement et jusqu'à un certain point être partie prenante de toute diffusion, ce qui nécessitera de modifier certaines de nos ententes signées avec des détenteurs de droits ainsi que nos politiques internes sur les droits Internet découlant de ventes à la télévision.

Les nouveaux services viendront aussi parcelliser encore davantage le système de financement canadien, entraînant des frustrations de plus en plus profondes qui pourraient bien venir accroître les pressions sur l'ONF pour qu'il accepte des partenariats pour des projets n'ayant pas réussi à obtenir le financement nécessaire auprès de Téléfilm ou du FCT.

L'ONF en ligne

Le développement du World Wide Web offre à l'ONF l'occasion d'interagir directement avec les utilisateurs de ses produits, non seulement au Canada, mais aussi dans le monde, d'une manière qui n'avait jamais été possible auparavant. La réputation internationale que s'est bâtie l'ONF au fil de ses 60 ans grâce à ses documentaires engagés et à ses films d'animation personnels constitue une image de marque possible et valable pour lui sur le Web. De plus, CinéRoute nous fournit un mode de lecture en transit (streaming) ou, pour notre clientèle, l'option de télécharger l'œuvre, dès que sera mise au point la technologie qui nous permettra de le faire à un niveau de qualité acceptable. De plus, le Web est en lui-même à la fois un environnement de production et à la fois un environnement de création. L'animaton sur le Web est déjà une réalité et des expériences de documentaires Web ou d'autres modes de production hybrides ne sont plus qu'une question de temps.

À l'interne, l'ONF travaille déjà beaucoup en réseau, et nos méthodes de travail ont évolué rapidement pour tirer avantage des économies de temps et du cheminement amélioré de l'information que rend possible le réseautage informatique. Il est temps maintenant d'étendre ces avantages à la communauté des cinéastes et des fournisseurs avec lesquels nous faisons quotidiennement affaire, d'agrandir le cercle pour créer une organisation en ligne dans laquelle chaque activité est exploitable sur le Web.

La mise en œuvre de cette stratégie Internet amènera des changements profonds dans l'exécution de nos activités mais aussi au plan de la gestion de nos ressources humaines, financières et technologiques.

B. Principaux engagements en matière de résultats

AU SERVICE DES CANADIENS ET DES CANADIENNES
PRODUCTION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES
• Réaliser un ensemble de films qui reflètent des perspectives et des réalités canadiennes diversifiées.
• S'assurer d'une programmation de films qui soient pertinents et de grande qualité.
MISE EN MARCHÉ ET DISTRIBUTION DE LA COLLECTION DES FILMS DE L'ONF
• Développer et diversifier les marchés canadiens et internationaux
• Permettre au public d'accéder facilement à l'ensemble de notre collection de films et à l'information sur celle-ci
UN MILIEU PROPICE À L'INNOVATION ET À L'ESSOR DE LA CINÉMATOGRAPHIE CANADIENNE
• Réaliser des projets innovateurs dans le domaine de la production et de la distribution des films
• Assurer le développement de nouveaux talents et de nouvelles compétences en cinéma

RENDEMENT INTERNE
• Accorder la priorité à la production dans l'allocation des ressources
• Poursuivre la modernisation des systèmes de production, de distribution et d'information
• S'assurer de respecter tous ses engagements en regard de la Loi sur l'équité en matière d'emploi
• Améliorer le service au public

C. Réalisations en matière de rendement

Renseignements financiers

Office national du film	$
Dépenses nettes prévues	59 545 000
Autorisations totales nettes	62 361 490
Dépenses nettes réelles en 1999-2000	**59 768 518**

Note : Les données financières sommaires comprennent trois chiffres, lesquels visent à illustrer ce qui suit :

- *ce qu'était le plan au début de l'exercice (dépenses prévues)*
- *les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction des priorités changeantes et des activités imprévues (Autorisations totales)*
- *ce qui a été vraiment dépensé (Dépenses réelles 1999-2000).*

LA PRODUCTION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES

1. La réalisation d'un ensemble de films qui reflètent des perspectives et des réalités canadiennes diversifiées

Il s'agit d'un objectif à long terme qui oblige l'ONF à toujours se renouveler afin d'être en mesure d'interpréter des réalités qui évoluent et de permettre l'expression de voix nouvelles et de nouveaux phénomènes de société. Une recherche évaluative[1] de la production récente du Programme anglais de l'ONF démontre que les efforts déployés par l'ONF pour diversifier sa production ont porté fruit. L'auteur de l'étude conclut ainsi :

> *Le choix de traitement qui prédomine est l'exploration d'un événement du point de vue des personnes qui l'ont vécu. Par le témoignage personnel, les réalités subjectives des diverses cultures du Canada, surtout celles des Autochtones et les cultures non dominantes, trouvent un moyen de s'exprimer. Ainsi sont abordées des questions nouvelles, non traitées ailleurs, ni par les médias à grande diffusion, ni par les médias commerciaux. De cette façon, les productions de l'ONF projettent une autre image de la société canadienne. Exemple des sujets traités :*

[1] *Summary report : A response to the question : From reading dust jackets of the NFB productions from 1996 to 1999, what do you deduce this organization is trying to accomplish? – Sandra Campbell and al – January 10, 2000.*

- *Citoyenneté : politiques d'immigration et droits politiques, débouchés et responsabilités;*
- *Famille/communauté culturelle et sentiment d'appartenance;*
- *Santé physique et émotionnelle avec accent sur la guérison;*
- *Crime, sécurité et guérison de la victimisation et de l'injustice;*
- *Expression créatrice par les arts visuels, la danse et la musique, le conte, la poésie;*
- *Activités récréatives et sports;*
- *Spiritualité/Sexualité;*
- *La nature et les rapport que l'homme entretient avec elle.*

Le traitement subjectif déborde le cadre des croyances et des coutumes pour se pencher sur des questions litigieuses, des événements politiques ou sociaux d'actualité. Exemples : Just Watch Me, Neverendum referendum, No Turning Back et Rape: A Crime of War.

Ce dernier constat s'adresse aussi aux films du Programme français : Par exemple, la détresse de la jeunesse de la rue laissée-pour-compte *L'Armée de l'ombre;* l'exploitation des enfants dans le monde *Des marelles et des petites filles;* la paternité à l'époque des familles éclatées *Père pour la vie;* déshumanisation, barbarie et guerre dans les conflits et les comportements sociaux *Le temps des barbares;* le suicide chez les jeunes *L'idée noire;* le maintien des services essentiels dans une salle d'urgence d'un hôpital *Urgence! Deuxième souffle* et les organismes génétiquement modifiés *Main basse sur les gènes.*

2. Un programme de films pertinents et de grande qualité

L'ONF a complété la production de 120 nouveaux produits au cours de la dernière année. Cet ensemble se répartit ainsi :

Nombre de produits
76 documentaires
16 films d'animation
25 vidéos éducatifs
1 court métrage dramatique
1 cédérom
1 film promotionnel (60^{e}) conjoint

À ces nouvelles productions s'ajoutent de nouvelles compilations et de nouveaux ensembles de films puisés au sein de sa collection.

L'importance des auditoires – La pertinence et la qualité des films se mesurent entres autres choses par la taille de l'auditoire rejoint. L'indicateur retenu pour juger du rendement à cet égard est l'auditoire cumulatif à la télévision canadienne.

Auditoire cumulatif à la télévision canadienne

(en milliers de personnes)	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Auditoire français	37 000	74 000	55 000
Auditoire anglais	83 000	119 000	82 000
Total	**120 000**	**193 000**	**137 000**

On constate une diminution de l'auditoire cumulatif par rapport à l'an dernier. Ceci est dû non pas au nombre d'auditeurs par télédiffusion mais plutôt au nombre de télédiffusions qui ont été moins nombreuses. En effet, en 1998-1999, nous avons vendu plusieurs films de notre collection à de nouvelles chaînes spécialisés alors qu'en 1999-2000, nous avons commencé à ressentir les effets d'une certaine saturation de ce marché puisque les nouvelles chaînes ne font que fragmenter les auditoires.

La performance dans les festivals canadiens et étrangers – La reconnaissance de l'excellence des productions de l'ONF par les pairs de l'industrie représente une mesure objective du caractère innovateur ainsi que de la qualité et la pertinence de son cinéma. Le tableau suivant fait état des prix remportés par les productions de l'ONF dans les différents festivals au cours de l'année par rapport aux années antérieures.

Prix remportés par les productions

	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Canada	28	36	38
International	116	65	93
Total	**144**	**101**	**131**

On constate qu'année après année, l'ONF continue de se mériter des prix, des mentions et des hommages tant au Canada que sur la scène internationale. Ceci témoigne de la qualité, de la pertinence et du caractère innovateur de son cinéma.

L'année a débuté avec une prestigieuse Palme d'or du Festival de films de Cannes et s'est terminée avec deux films en nomination aux Oscars à Los Angeles. Il se distingue autant par un cinéma d'animation que par son cinéma documentaire. Les prix qu'il a remportés ont été attribués à toute une diversité de films qui participaient à un ensemble fort varié de festivals. En voici quelques exemples :

- *When the Day Breaks* a reçu plusieurs prix dont la Palme d'or à Cannes, une nomination aux Oscars, le Grand Prix et le Prix de la critique au Festival international d'animation d'Annecy (France) et le Génie (Toronto) pour le meilleur court métrage d'animation;

- *Cinéma Vérité* s'est mérité le Prix Téléfilm Canada (ex-aequo) – meilleur long métrage au Festival International Nouveau Cinéma Nouveaux Médias (Montréal);

- *My Grandmother Ironed the King's Shirts,* une coproduction avec le studio Magica de Norvège a reçu une nomination aux Oscars, le prix pour le film ou vidéo court métrage le plus innovatif au Festival Reel to Real de Vancouver ainsi que des prix et des mentions dans les Festivals de Grimstad (Norvège), Reykjavik (Islande) et Wurzburg (Allemagne).

- *L'Erreur boréale,* une coproduction avec l'ACPAV, s'est méritée le Prix Jutra du meilleur documentaire, le Grand Prix du Festival de Grenoble (France), le Prix du développement durable en milieu rural à Lille (France) et le Prix du reportage/Magazine – environnement de Grenoble (France).

Plusieurs autres titres se sont mérités des prix dans les catégories spécialisées telles que : Sciences et technologies (États-Unis, Canada), Medias éducatifs (États-Unis), Films pour enfants (Canada, États-Unis, Pologne, France) Films sur l'art (Canada), Questions sociales (États-Unis, Canada), CD-Rom (États-Unis), Religion (États-Unis), Peuples Autochtones (Guatemala), Santé Mentale (États-Unis), Humanitaires (États-Unis), Multi culturel/relations raciales (Canada, États-Unis), Environnement (France, États-Unis).

Le 60e anniversaire de l'ONF a été souligné partout dans le monde par bon nombre des festivals internationaux prestigieux et par de grandes institutions. À Hollywood, *l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences* a tenu une soirée de gala en l'honneur et en présence de plusieurs cinéastes d'animation de l'ONF et la projection de leurs œuvres. Le *Museum of Modern Art (MoMA)* de New York a également rendu hommage à l'ONF en présentant une série de 8 programmes documentaires et de films d'animation, tandis que d'importantes rétrospectives des productions de l'ONF ont eu lieu en Europe dont aux prestigieux festivals de Bratislava, et de Karlovy Vary, ainsi qu'à Paris (Le Printemps du Québec). En Asie, le 60e anniversaire de l'ONF a été célébré par le *Golden Horse Film Festival* à Taiwan ainsi que par le *Hong Kong Arts Centre* avec des rétrospectives comprenant plus de cinquante productions de l'ONF.

LA DISTRIBUTION DES OEUVRES AUDIOVISUELLES

Une des grandes responsabilités de l'ONF est de s'assurer qu'il utilise tous les circuits d'exploitation afin de rejoindre le public canadien et étranger et de faciliter l'accès à sa collection de films, qui constitue l'un des plus importants patrimoines audiovisuels canadiens. Les indicateurs suivants permettent de rendre compte de son rendement à l'égard de cette responsabilité.

1. Développement et diversification des marchés

Les revenus générés et le nombre de transactions témoignent à la fois des efforts déployés, du succès obtenu et de l'attrait des films de la collection auprès des marchés.

Les marchés canadiens

Les revenus provenant des marchés canadiens se sont accrus de 20%, en raison d'une croissance significative des ventes à la télévision et de la vente de plans d'archives. Le tableau suivant regroupe les différents marchés au Canada.

Revenus selon les marchés

	1997-1998	1998-1999	1999-2000
	$	$	$
Redevances			
Télévision	1 416 174	1 139 978	1 653 167
Salles de cinéma	254 595	148 306	140 754
Vente de copies et de vidéocassettes	1 568 042	1 772 086	1 703 264
Locations	20 894	18 778	18 855
Vente de plans d'archives	404 962	433 101	681 989
Total	**2 745 232**	**3 512 249**	**4 198 029**

L'augmentation des redevances à la télévision s'explique notamment par l'acquisition de nombreux films de langue anglaise et de langue française par le nouveau réseau de télévision autochtone APTN. Quant à l'augmentation des ventes de plans d'archives, elle est due notamment à la consolidation de l'effectif de vente et à l'accessibilité via Internet et Intranet à la base de données NFB IMAGES ONF qui contient plus de 23 000 plans d'archives.

Par ailleurs, l'ONF a établi des partenariats avec différentes bibliothèques publiques dans les diverses régions du pays par lesquels des conditions avantageuses leur sont consenties pour acquérir nos films en retour d'un service de prêt ou de location de ces films à leur clientèle.

Nombre de prêts de films dans les bibliothèques partenaires

1997-1998	1998-1999	1999-2000
214 399	214 452	198 102

Ce marché présente une certaine stabilité car la légère baisse du nombre de prêts cette année n'est que circonstancielle et due essentiellement à une grève des enseignants au Québec et à une hausse du prix de location à la bibliothèque de Winnipeg.

Les marchés étrangers

Les revenus provenant de ces marchés se sont accrus de 38% par rapport à l'an dernier, notamment en raison d'une excellente performance du marché de la télévision comme on peut le constater dans le tableau qui suit :

Revenus de l'étranger par marché

	1997-1998	1998-1999	1999-2000
	$	$	$
Télévision	1 312 494	1 001 610	2 019 621
Salles de cinéma	243 017	404 225	59 868
Institutionnel et éducatif	1 079 655	777 703	880 483
Consommateur	167 789	80 890	165 424
Total	**2 802 955**	**2 264 428**	**3 125 396**

Rappelons qu'en 1998-99, la crise économique en Asie et l'instabilité générale des marchés avaient porté un dur coup à la performance financière du marché international, ce qui apparaît maintenant comme chose du passé. Le marché en salles avait toutefois bénéficié de contrats importants reliés aux films IMAX.

Le marché de la télévision - Ce fut une année exceptionnelle pour l'ONF dans le marché de la télévision à l'étranger. Effectivement, les recettes provenant de ce marché ont plus que doublé lors du dernier exercice financier. Parmi les facteurs qui ont contribué à l'excellent rendement cette année mentionnons le renouvellement de l'entente avec le *Cartoon Network* de Turner Broadcasting aux États-Unis, d'abord signé en 1997. Le prolongement de cette entente pour 13 demi-heures d'animation de l'ONF, est principalement responsable de l'excédent de plus de $600,000 sur les prévisions de recettes pour 1999-2000.

Le bureau de New York de l'ONF a également conclu une vente de la production justement acclamée et intitulée *Through a Blue Lens* à *HBO-Cinemax* ainsi qu'à l'émission *20/20* du réseau ABC, la première vente de l'ONF à un grand réseau américain pour diffusion à une heure de grande écoute. La diffusion par ABC a attiré en moyenne un auditoire d'environ 17 millions d'Américains alors que la diffusion par HBO-Cinemax a rejoint plus d'un million de foyers.

En Europe, la chaîne culturelle *ARTE–la Sept* a acquis pour une deuxième année consécutive, de plusieurs longs métrages documentaires dont *Les enfants du refus global* et *The Barren's Quest.*

Il est à noter que la fragmentation du marché de la télévision s'est poursuivie durant l'année avec l'arrivée et la multiplication de nouvelles chaînes spécialisées numériques. En 2000-2001, nous prévoyons que cette prolifération des technologies numériques permettra à l'ONF de mettre à profit de nouveaux débouchés tout en maintenant ses canaux de distribution traditionnels.

Les marchés institutionnel et éducatif - Cette année, les revenus générés par les marchés institutionnel et éducatif ont connu une augmentation de 11,4% (par rapport à l'année dernière). Suite à la première participation de l'ONF au marché du World Airline Entertainment Association (WAEA) en 1999, le marché des « distractions en vol » ou « Inflight Entertainement » a connu une croissance rapide au cours de cette année financière grâce aux contrats passés non seulement avec Air Canada, mais aussi avec de nombreuses autres lignes aériennes dont Air France, Northwest Airlines, Iberia et Finnair où les productions de l'ONF seront dorénavant présentées à l'écran.

Le marché consommateur - D'autre part, les revenus provenant du marché consommateur ont plus que doublé lors de cet exercice financier grâce à deux nouvelles ententes et à de nouveaux débouchés pour les compilations de films d'animation pour enfants en Corée et en Angleterre. De plus, la production intitulée Spirit of Tibet/ L'esprit du Tibet a connu un grand succès auprès de la communauté bouddhiste et du public en général dans de nombreux pays à travers le monde et plus particulièrement en France et aux États-Unis où nous avons déjà enregistré la vente de plusieurs milliers de vidéocassettes. Pour sa part, le marché du vidéodisque numérique ou DVD est en plein essor et a continué de croître cette année avec la signature de nouvelles ententes aux États-Unis au Japon et en Europe.

2. Accessibilité à l'ensemble du Patrimoine audiovisuel de l'ONF

Demandes d'information - Les changements apportés au site Internet de l'ONF, les nouveaux liens établis avec d'autres sites et d'autres portails, ainsi que les améliorations apportées au catalogue multimédia interactif lui-même pour le rendre plus convivial et plus performant ont contribué à l'augmentation continue du nombre d'interrogations auprès de cette banque de donnée audiovisuelle comme on peut l'observer dans le tableau suivant :

Interrogations sur le catalogue

1997-1998	1998-1999	1999-2000
6 612 665	8 036 000	10 698 366

Utilisation de la collection - Au cours de l'année, nous avons poursuivi le transfert de nouveaux titres sur vidéodisques (852 titres) qui ont été ajoutés au catalogue de la CinéRobothèque et rendus disponibles auprès de la clientèle. L'effet combiné d'un plus grand nombre de productions disponibles et de l'amélioration de l'accessibilité à l'information sur les films a contribué à une plus grande exploitation de ce riche patrimoine audiovisuel canadien.

Titres* différents vendus ou loués au Canada et à l'étranger en 1999-2000, selon la décennie de production

*1921-1930***	*2 titres*
*1931-1940***	*9 titres*
1941-1950	*207 titres*
1951-1960	*346 titres*
1961-1970	*680 titres*
1971-1980	*968 titres*
1981-1990	*1 183 titres*
1991-2000	*1 497 titres*
Total	***4 892 titres***

* *Les versions anglaises et françaises comptent pour des titres différents.*

** *L'ONF est le dépositaire de certaines collections de films produits par d'autres organismes gouvernementaux avant sa fondation en 1939.*

Il y a lieu de souligner ici l'attrait et l'intérêt que représente la collection de l'ONF auprès des publics canadien et étranger puisque 45% des titres vendus ou loués ont été produits il y a plus de 20 ans. Ceci vient donc confirmer le bien-fondé des politiques de conservation des films et d'accessibilité à la collection que nous avons mis de l'avant au cours des années passées.

UN MILIEU PROPICE À L'INNOVATION ET À L'ESSOR DE LA CINÉMATOGRAPHIE CANADIENNE

Dans le cadre de ses activités de production, de distribution et de conservation de ses films, l'ONF s'efforce de laisser une large place à l'innovation et d'accueillir de nouveaux créateurs qui permettent de toujours renouveler son cinéma. Nous présentons à la suite quelques exemples de projets et de programmes qui attestent à ce moment-ci des initiatives mises en place, des progrès réalisés et lorsqu'il y a lieu des résultats atteints.

1. Des projets expérimentaux

- **Des productions interactives :**

  - *Norman's brain*, une production web expérimentale qui résultera en un outil de productivité

  - *Making History On Line* pousse plus loin la notion d'histoire construite en présentant des moments charnières de l'Histoire canadienne par le biais d'explorations interactives

  - *Un site Web sur l'histoire du Canada*, qui deviendra un lieu de savoir encyclopédique comportant des sources écrites, visuelles et sonores. Le projet progresse bien et sera mis en « ordre » au cours de l'année

  - *Le Prince et moi*, un site Web interactif destiné aux enfants continue d'attirer une large clientèle qui dépasse nos frontières. L'hebdomadaire français Micro Hebdo l'a classé parmi les meilleurs sites pour enfants sur l'Internet.

- **L'expérimentation d'une nouvelle technologie destinée aux films d'animation**

  En animation, nous produisons actuellement *Falling in Love Again* sur le système SANDEE^{md} (banc d'animation stéréoscopique) et nous poursuivons le développement d'autres projets à réaliser sur ce système innovateur mis au point en collaboration avec IMAX Corporation.

- **Le développement d'un premier service canadien de cinéma sur demande via Internet**

  Le projet CinéRoute est le fruit de plusieurs années d'efforts au sein de l'ONF et d'un partenariat avec CANARIE et le RISQ. Il s'agit d'un projet évolutif qui permettra ultimement le déploiement d'un service national de cinéma sur demande rejoignant les institutions et les foyers canadiens branchés sur Internet. La phase actuelle permet aux universités canadiennes, à quelques collèges et centres de recherche branchés sur le réseau CANARIE à large bande passante d'avoir accès à une banque de 800 titres de la collection. Il s'agit non pas de téléchargement, mais de diffusion instantanée, en transit, plein écran et pleine cadence et sans aucune perte de synchronisation. Une évaluation de ce projet pilote est en cours.

2. Le développement de nouveaux talents et de nouvelles compétences en cinéma

L'ONF intervient de diverses façons auprès des jeunes cinéastes afin de leur donner l'occasion de faire leurs premières armes dans le milieu cinématographique professionnel. En voici quelques exemples:

- Le programme Libres courts aura permis à 7 jeunes cinéastes de réaliser leur premier court métrage documentaire dont la télédiffusion est prévue pour l'automne 2000;

- Le concours "Cinéaste Autochtone" a permis à un 4e cinéaste de cette communauté culturelle de produire un documentaire *Mon village au Nunavik* qui a récolté le Prix Opera Prima au 6e Festival de cinéma et vidéo des peuples autochtones, à Quetzaltenango (Guatemala);

- Le programme Reel Diversity, un programme compétitif destiné aux cinéastes faisant partie des minorités visibles, aura permis à 6 cinéastes d'entreprendre la production de films d'une demi-heure avec un budget ne dépassant pas 100 000 $. En raison du succès que connaît ce programme en Ontario, il sera étendu à d'autres centres régionaux de production.

- Les programmes d'aide aux cinéastes indépendants par lesquels l'ONF assume certains coûts d'équipements, de services et offre des services conseils professionnels aux cinéastes de la relève qui en manifestent le besoin, a de nouveau permis à l'ONF d'apporter son soutien à 237 projets à travers le Canada.

Nombre de projets soutenus

	1997-1998	1998-1999	1999-2000
Aide au cinéma indépendant	66	76	68
Filmmaker Assistance Program	187	164	169
Total	**253**	**240**	**237**

Bien que le nombre de projets diminue très légèrement, les ressources que l'ONF alloue à ce programme se sont maintenues au même niveau au cours de ces trois années.

RENDEMENT INTERNE

1. Optimisation des ressources dédiées à la production

L'ONF s'est donné comme objectif de s'assurer que la plus grande part possible des ressources financières qu'il alloue à la production de films se retrouve à l'écran. À cette fin, il déploie beaucoup d'efforts pour maintenir ses coûts administratifs de production au plus bas niveau possible.

Ressources de production

(en millions de dollars)

	Réel 1997-1998		Réel 1998-1999		Réel 1999-2000	
Production (coûts directs)	37,7	(62 %)	38,7	(68 %)	40,0	(67 %)
Administration de la production	2,0		1,6		1,6	
Coût net du programme de l'ONF	60,7	(100 %)	56,7	(100 %)	59,3	(100 %)

On constate que les coûts administratifs de production se sont maintenus au même niveau, même si les coûts directs de production se sont élevés de 1,3 million.

2. Modernisation des systèmes de production de distribution et d'information

Production – La transition vers la captation électronique des images et du son s'est poursuivie. En effet, 71 % des films complétés ont été tournés sur support vidéo par rapport à 62% l'an passé.

Distribution – Le projet pilote CinéRoute 2 qui donne accès sur demande aux universités, collèges et centres de recherche à une collection de 800 films de l'ONF via Internet a été lancé en décembre dernier. Plusieurs opérations ont été nécessaires afin d'assurer un service efficace : relier notre serveur au réseau CA*net 3, procéder aux tests du système avec l'équipe de CANARIE et du RISQ, numériser les titres de la collection spéciale, compléter les interfaces, installer un serveur « streaming video » et développer un système informatique de gestion des accès au site.

Information – Dans le cadre du projet d'intégration des banques de données au sein d'une même architecture informatique, nous avons développé un module informatisé qui recueille les données de base d'une nouvelle production et qui sert à l'intégration de toutes les données concomitantes à cette même production.

3. Conformité à la Loi sur l'équité en matière d'emploi

Une vérification de conformité à la Loi sur l'équité en matière d'emploi menée par la Commission canadienne des droits de la personne au cours de la dernière année a démontré que *« l'ONF avait pleinement rempli tous ses engagements et qu'il est en pleine conformité avec chacune des exigences de la Loi sur l'équité en matière d'emploi »*.

4. Amélioration du service au public

Le site Web de l'ONF a profité de mises à jour majeures au cours de la dernière année. En collaboration avec les Programmes anglais en français, le service à la clientèle et l'informatique, une composante de commerce électronique a été mise sur pied.

Pour donner à cette boutique en ligne toute la visibilité souhaitée, ainsi que pour régler des problèmes de croissance, le site a subi une réorganisation majeure, caractérisée par une nouvelle allure graphique et un nouveau mode de navigation. L'habillage adopté s'accorde au goût du jour et reprend les éléments de design qui ressortent désormais comme des standards sur le Web. Le nouveau mode de navigation se démarque par sa souplesse, tant pour la mise à jour que pour les usagers.

CONTRIBUTION AUX PRIORITÉS GOUVERNEMENTALES

1. Appartenance et identité canadiennes

C'est depuis plus de 60 ans que l'ONF a comme mandat de faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et Canadiennes en produisant des films sur divers aspects de leurs réalités et en distribuant ces films auprès du grand public et des auditoires spécialisés.

Cette année l'ONF a produit 120 films qu'il s'est efforcé d'acheminer auprès des Canadiens et des Canadiennes en plus de rendre accessible l'ensemble de sa collection de plus de 9 000 films, un patrimoine audiovisuel unique.

2. Les enfants et les jeunes

Chacun des deux programmes de production, l'un en langue française et l'autre en langue anglaise, a mis sur pied un programme qui s'adresse exclusivement aux enfants et aux jeunes. Des documentaires, des films d'animation, des productions interactives en ligne ou sur Cédérom, sont produits chaque année et distribués à ces publics en utilisant les moyens les plus appropriés pour les rejoindre et les intéresser.

L'ONF intervient également auprès des jeunes en mettant en place des programmes de premières œuvres, d'initiation au cinéma, de formation et de soutien des nouveaux cinéastes afin de leur permettre d'exprimer des réalités qui leur sont propres, d'apprendre un métier passionnant et de s'insérer dans le marché du travail.

3. Renforcer les relations avec les peuples autochtones du Canada

Diverses mesures sont en place depuis plusieurs années au sein de l'ONF dans les domaines de la production, de la diffusion et de la formation cinématographiques et dont les objectifs sont de permettre à des créateurs et à des cinéastes autochtones de s'exprimer et de mieux faire connaître et comprendre leurs réalités. Par exemple :

- Plusieurs films ont été produits par des cinéastes autochtones et sont toujours accessibles au sein de notre collection.
- Un programme de production spécifiquement conçu pour le cinéma autochtone entre dans son deuxième cycle triennal.
- Un concours permettant de recruter des cinéastes autochtones aux fins d'apprendre le métier de cinéaste, de produire des films et par la suite de s'insérer dans le marché du travail.
- La fourniture de nombreux films pour diffusion sur le nouveau « Aboriginal People Television Network »
- La conclusion d'une entente de partenariat avec ce réseau pour la coproduction de films à petit budget par des cinéastes autochtones débutants.

Partie III

Partie III : Groupement des rapports

Modernisation de la fonction de contrôleur

Comme tous les ministères et organismes du gouvernement, l'ONF introduit graduellement les notions de la modernisation de la fonction de contrôleur. Le secteur de la vérification interne s'occupe dès maintenant d'identifier les secteurs de nos activités en fonction de leur degré de risques et émet des recommandations de gestion découlant de ce critère. Nous travaillons également à la synchronisation de toutes nos bases de données afin de se doter de rapports de gestion et d'outils d'analyse hors pair.

Paiements de transferts

L'ONF verse un peu plus de 300 000$ par année en paiements de transferts répartis comme suit : 12 000$ en subventions pour encourager des artistes primés lors d'événements cinématographiques d'importance qui ont lieu au Canada et qui sont d'intérêt national ou international. Le reste est versé en contributions pour aider des organismes sans but lucratif oeuvrant dans le milieu cinématographique et pour participer à la promotion de la cinématographie canadienne. Dans tous les cas, il s'agit de versements de faible valeur faits à plusieurs bénéficiaires différents.

Politiques spéciales sur les voyages

L'ONF est un employeur distinct et de ce fait, peut appliquer sa propre politique sur les voyages. En réalité, l'ONF suit de très près la politique du Conseil du Trésor et les impacts qui peuvent résulter des écarts sont quasi nuls. Il est à remarquer qu'à l'ONF, la même politique sur les voyages s'applique à toutes les catégories du personnel, incluant les personnes nommées par le Gouverneur en conseil et les hauts fonctionnaires.

Gestion du matériel

Depuis plusieurs années déjà, l'ONF maintient des registres de ses inventaires de biens meubles et des biens destinés à la vente (produits audio-visuels). Des décomptes physiques et des ré-évaluations se font à intervalles réguliers de sorte que nos états financiers reflètent constamment la valeur réelle de ces biens.

Partie IV

Partie IV : Rendement financier

A. Aperçu du rendement financier

L'ONF répartit ses budgets entre ses objectifs mentionnés précédemment de la façon suivante :

Production d'oeuvres audiovisuelles	66%
Distribution des oeuvres audiovisuelles	23%
Milieu propice à l'innovation et à l'essor de la cinématographie canadienne	11%

Les tableaux 1 et 2 présentent les crédits accordés à l'ONF pour l'année 1999-2000 en comparaison avec les dépenses réelles. L'écart entre les autorisations totales et les dépenses réelles s'explique par la prudence que nous avons exercée dans l'engagement des fonds à cause des problèmes éventuels et des incertitudes reliés aux activités des services techniques et à l'important projet de réaménagement du bureau central de Montréal; nous avons préféré conserver une réserve qui n'a finalement pas été nécessaire; nous nous retrouvons donc avec des sommes à reporter à 2000-2001.

Le tableau 3 montre l'évolution des dépenses de l'ONF au cours des dernières années. Les sommes représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les revenus générés par nos activités. Les écarts proviennent de fluctuations dans les revenus et des ajouts au crédit pour la charge de travail et les ajustements aux conventions collectives.

Le Tableau 4 montre les recettes disponibles. La dernière année nous a permis de redresser la situation qui avait été difficile en 1998-1999 à cause de la crise asiatique et de l'incertitude des marchés en général.

Une petite partie de nos ressources est consacrée à des paiements de transfert faits au titre de subventions et contributions. La ventilation figure au tableau 5.

Le tableau 6 montre comment se répartit l'utilisation de notre fonds renouvelable, qui sert à financer le fonds de roulement des activités commerciales et la valeur nette des immobilisations.

Tableaux financiers récapitulatifs :

Tableau 1	Sommaire des crédits approuvés
Tableau 2	Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles
Tableau 3	Comparaison historique des dépenses totales prévues et des dépenses réelles
Tableau 4	Recettes disponibles
Tableau 5	Paiements de transfert
Tableau 6	Sommaires financiers du fonds renouvelable

B. Tableaux financiers récapitulatifs

Tableau financier 1 - Sommaire des crédits approuvés

Besoins financiers par autorisation (millions de dollars)				
		1999-2000		
Crédit /	Programme	Dépenses nettes prévues	Autorisations totales nettes	Dépenses réelles nettes
90	Fonds renouvelable de l'Office national du film - Déficit de fonctionnement	59,2	62,0	59,4
(L)	Fonds renouvelable de l'Office national du film	0,4	0,4	0,6
	Total pour l'Agence	**59,6**	**62,4**	**60,0**

Note : Les données financières sommaires comprennent trois chiffres, lesquels visent à illustrer ce qui suit :

- ce qu'était le plan au début de l'exercice (dépenses prévues)
- les dépenses supplémentaires que le Parlement a jugé bon d'accorder aux ministères en fonction des priorités changeantes et des activités imprévues (Autorisations totales) : comprend le report de fonds de l'année précédente et les augmentations reliées aux conventions collectives
- ce qui a été vraiment dépensé (Dépenses réelles 1999-2000)

Il est à remarquer que le déficit de fonctionnement montré dans le fonds renouvelable de l'ONF est entièrement financé par un crédit parlementaire annuel (crédit 90 pour l'année 1999-2000), ce qui représente une situation assez unique dans les autorisations du budget des dépenses. Seuls le fonds de roulement relié aux opérations commerciales de l'ONF et la variation dans la valeur nette des immobilisations sont financés par le biais d'un crédit législatif. (voir également le tableau 14).

Tableau financier 2 – Comparaison des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Dépenses prévues par opposition aux dépenses réelles (en millions de dollars)			
	1999-2000		
Opérations de l'ONF	**Dépenses prévues**	**Total des autorisations**	**Dépenses réelles**
ETP	483	483	511
Fonctionnement *	68,2	71,6	68,2
Capital	--	--	--
Subventions et contributions votées	0,3	0,3	0,3
Total des dépenses brutes	**68,5**	**71,3**	**68,5**
Moins : Recettes disponibles	(8,9)	(8,9)	(8,5)
Total des dépenses nettes	**59,6**	**62,4**	**60,0**
Autres recettes et dépenses			
Recettes non disponibles	--	--	--
Coût des services offerts par d'autres ministères **	--	--	--
Coût net du programme	**59,6**	**62,4**	**60,0**

* *Incluent les cotisations aux régimes d'avantages sociaux des employés et les indemnités de départ*

** *Coût des services offerts par d'autres ministères – 11 926 $*

Tableau financier 3 – Comparaison historique des dépenses totales prévues et des dépenses réelles

Comparaison historique des dépenses totales prévues et des dépenses réelles (en millions de dollars)					
			1999-2000		
	Dépenses réelles 1997-1998	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
Opérations de l'Office national du film	69,3	64,0	68,5	71,3	68,5
Total	**69,3**	**64,0**	**68,5**	**71,3**	**68,5**

Ce tableau indique l'évolution des dépenses de l'Office national du Film au cours des dernières années. Les montants représentent la totalité des dépenses financées à la fois par le crédit parlementaire et par les revenus générés par nos activités. Les variations proviennent des fluctuations dans les revenus et des ajustements au crédit parlementaire pour la charge de travail et les conventions collectives.

Pour 1999-2000, nous présentons les dépenses prévues au budget principal des dépenses du début de l'exercice. Les autorisations totales représentent les sommes additionnelles reçues pour les ajustements aux conventions collectives et pour le report de fonds de l'année précédente. Les dépenses réelles représentent l'utilisation véritable des fonds.

Il est à remarquer que l'Office national du Film n'a qu'un seul secteur d'activité.

Tableau financier 4 – Recettes disponibles

Recettes disponibles (en millions de dollars)					
			1999-2000		
Recettes disponibles	Recettes réelles 1997-1998	Recettes réelles 1998-1999	Recettes prévues	Autorisations totales	Recettes réelles
Opérations de l'Office national du film	8,6	7,3	8,9	8,9	8,5
Total des recettes disponibles	8,6	7,3	8,9	8,9	8,5

Tableau financier 5 – Paiements de transfert

Paiements de transfert (en millions de dollars)					
			1999-2000		
	Dépenses réelles 1997-1998	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
SUBVENTIONS	0,008	0,006	0,012	0,012	0,007
CONTRIBUTIONS	0,282	0,323	0,307	0,318	0,323
Total des paiements de transfert	**0,290**	**0,329**	**0,319**	**0,330**	**0,330**

Tableau financier 6 – Sommaires financiers du fonds renouvelable

Sommaire financier concernant le fonds renouvelable (en millions de dollars)					
Fonds renouvelable de l'Office national du film					
			1999-2000		
	Dépenses réelles 1997-1998	Dépenses réelles 1998-1999	Dépenses prévues	Autorisations totales	Dépenses réelles
Recettes (crédit parlementaire)	60,7	56,7	59,6	62,4	59,8
Dépenses nettes	(60,7)	(56,7)	(59,6)	(62,4)	(59,8)
Profit ou (perte)	0	0	0	0	0
Ajouter les éléments n'exigeant pas l'utilisation des fonds :					
Dépréciation/amortissement	(4,6)	(3,9)	(2,0)	(2,0)	(2,9)
Modification du capital de fonctionnement	(0,2)	0,0	0,4	0,4	0,6
Activités d'investissement :					
Acquisition de biens amortissables	1,3	1,4	2,0	2,0	1,9
Excédent de trésorerie (besoin)	(3,5)	(2,5)	0,4	0,4	(0,4)
Pouvoir : excédent cumulatif (prélèvement)	13,7	11,2	16,7	16,7	10,8

Note : Le fonds renouvelable de l'Office national du film est autorisé par la *Loi sur les fonds renouvelables* pour les opérations commerciales reliées à la production et à l'exploitation de la collection des produits audiovisuels de l'ONF.

Partie V

Partie V : Aperçu de l'Office national du film

A. Mandat

En vertu de l'article 9 de la *Loi sur le cinéma*, l'ONF « est établi pour entreprendre en premier lieu, et favoriser la production et la distribution de films dans l'intérêt national, et notamment :

- *Produire et distribuer des films destinés à faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations et promouvoir la production et la distribution de tels films;*
- *Faire des recherches sur les activités filmiques et en mettre les résultats à la disposition des personnes faisant de la production de films;*
- *Conseiller le gouverneur en conseil en matière d'activités filmiques;*
- *Remplir, en matière d'activités filmiques, les autres fonctions que le gouverneur en conseil peut lui assigner.*[1] »

Énoncé de mission

Dans un monde de communications en perpétuelle évolution, et au sein duquel le Canada doit faire valoir sa spécificité, l'ONF contribue à ce que des voix canadiennes se fassent entendre et à ce que des visions canadiennes s'expriment, ici et ailleurs. Dans ce contexte, l'ONF a adopté l'énoncé de mission ci-après comme interprétation opérationnelle de son mandat :

L'ONF produit et distribue des œuvres audiovisuelles qui suscitent la discussion sur des sujets importants pour le public canadien et étranger et se font reconnaître par leur excellence, leur pertinence et leur caractère innovateur, et explore le potentiel créatif des médias audiovisuels.

[1] S.R.C.1985, ch. N-8, art. 9. L'article dit également que l'ONF « *représente le gouvernement du Canada dans ses relations avec des personnes exerçant une activité cinématographique commerciale liée à des films cinématographiques réalisés pour le gouvernement ou l'un de ses départements.* » Ces pouvoirs ont été transférés au ministre des Approvisionnements et Services par décret en conseil C.P. 1984-6/2565.

B. Cadre de fonctionnement

Description du programme de l'Office national du film

L'ONF est une agence culturelle qui relève du ministre du Patrimoine canadien et qui est gérée par un conseil d'administration nommé par le gouverneur général en conseil et présidé par le commissaire à la cinématographie canadienne.

L'ONF est un organisme intégré de production et de distribution de films et autres produits multimédias : les films y sont développés, scénarisés, tournés, traités, publicisés, mis en marché, vendus et distribués. Son centre principal de production et de distribution est à Montréal mais il possède aussi des bureaux à Ottawa, Halifax, Moncton, Toronto, Winnipeg, Edmonton et Vancouver. Il compte également des bureaux à Paris, Londres et New York pour la mise en marché internationale de ses productions. Pour rendre son programme d'activités, il compte sur son propre personnel, mais il a également recours à des pigistes et s'associe au besoin à des partenaires des secteurs public et privé de la production et de la distribution.

Bien qu'il soit autonome et que, par tradition, il œuvre à distance du gouvernement, cet organisme cinématographique public contribue à plusieurs égards aux objectifs de la politique culturelle canadienne en offrant des films socialement et culturellement pertinents, en fournissant du matériel audiovisuel canadien aux milieux éducatifs, en appuyant directement diverses initiatives du gouvernement canadien ici et sur la scène internationale, en conservant et en facilitant l'accès à un riche patrimoine audiovisuel canadien, en soutenant le cinéma de la relève, en favorisant le développement du cinéma régional et celui des groupes de la diversité, en établissant des alliances stratégiques avec les secteurs privé et public, en favorisant la promotion de la culture canadienne à l'étranger et en encourageant la recherche et l'expérimentation dans les technologies des communications.

Description des secteurs de service

L'ONF comprend un seul programme, un seul secteur d'activité et un seul mandat qui est de « faire connaître et comprendre le Canada aux Canadiens et aux autres nations ». À cette fin, il compte sur les ressources et les activités de trois secteurs de services, soit la production d'œuvres audiovisuelles, la distribution de ces œuvres auprès des publics canadien et étranger et l'administration de ses affaires.

Comme producteur public, l'ONF s'assure que l'interprétation des réalités et de l'imaginaire canadiens repose sur un cinéma qui offre un haut niveau de qualité cinématographique, qui permette l'innovation et l'avancement artistiques et technologiques et qui porte tout autant sur de grands enjeux de société que sur des faits de la vie quotidienne.

Comme distributeur public, l'ONF s'assure que les films qu'il produit rejoignent le grand public et des auditoires spécialisés en ayant recours aux circuits de diffusion et aux systèmes de distribution les plus appropriés à sa mission et en faisant en sorte que sa collection audiovisuelle patrimoniale soit préservée et accessible par l'entremise de systèmes performants.

Comme organisme public, l'ONF s'assure d'une saine gouvernance de ses activités et de ses ressources en aménageant des conditions propices à la créativité, à la productivité et à la responsabilité de son personnel.

C. ORGANIGRAMME

L'organigramme suivant illustre la structure organisationnelle et hiérarchique sur laquelle compte l'ONF pour assurer au jour le jour que ses secteurs de services donnent un rendement optimal, tant au plan de l'efficience qu'à celui de l'efficacité.

Centres de responsabilité

Sous la direction du ou de la Commissaire, le programme est divisé en neuf (9) principaux centres de responsabilités :

Le Programme anglais, qui gère les activités de production en langue anglaise et de marketing de ses produits à l'échelle canadienne;

Le Programme français, qui gère les activités de production en langue française et de marketing de ses produits à l'échelle canadienne;

Le Programme international, qui est responsable des activités de mise en marché et de vente à l'étranger et qui gère la participation de l'ONF à des festivals canadiens et étrangers;

Les Services techniques et informatiques, qui comprennent les services techniques ainsi que le développement et le soutien informatiques;

Les Affaires corporatives, qui englobent les communications, les affaires gouvernementales, la gestion de la collection et de l'information, les plans d'archives et divers services de soutien à la distribution;

L'Administration, qui regroupe les services financiers, les aménagements, les ressources matérielles et le service à la clientèle;

Les Ressources humaines, qui regroupent la gestion du personnel, la formation et le programme d'équité;

La Planification, qui regroupe la planification, l'évaluation et la vérification interne.

Le Secrétariat du Conseil d'administration et les Affaires juridiques, qui incluent également l'accès à l'information.

Partie VI

Partie VI : Autres renseignements

A. Personnes auprès desquelles obtenir des renseignements supplémentaires et sites Web

- Maryse Charbonneau, directrice de l'Administration
- Claude Parent, directeur de la Planification et des Examens

(Les personnes intéressées à obtenir des renseignements supplémentaires auprès des responsables des secteurs de services peuvent aussi consulter le site Internet (http://www.onf.ca) pour obtenir leurs coordonnées)

B. Lois appliquées et règlements connexes

- *Loi sur le Cinéma*, S.R.C. 1985, ch. N-8 (la dernière modification est entrée en vigueur le 1er novembre 1995)